

**Edda-Müller-Archiv**

**[www.bayerischer-anwaltverband.de](http://www.bayerischer-anwaltverband.de)**

---

**Chancen und Risiken der Globalisierung (2001)**

# **Chancen und Risiken der Globalisierung**

**Statement**

**Prof. Dr. Edda Müller**

**Verbraucherzentrale Bundesverband - vzbv**

**Dialogforum**

**Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung, Johannesburg 2002**

**Unsere Verantwortung für eine gemeinsame Zukunft**

**Ehemaliges Staatsratsgebäude, Berlin**

**13. November 2001**

## Statement Plenarpanel II:

### Chancen und Risiken der Globalisierung aus Verbrauchersicht

Kritische Analysen über die Chancen und Risiken der Globalisierung haben nicht erst Konjunktur, seitdem Globalisierungsgegner die Arbeit der Welthandelsorganisation ins Rampenlicht gerückt haben.

Gemeinsam ist - zumindest all den mir bekannten Analysen – das völlige Fehlen einer Reflektion der Rolle der Verbraucher sowie von Verbraucherpolitik angesichts globaler Märkte sowie einer sich zunehmend der Politik entziehenden Weltwirtschaftsentwicklung. Dies gilt z.B. auch für den erst kürzlich vorgelegten Zwischenbericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Globalisierung der Weltwirtschaft“. Er befasst sich zwar eingehend mit der Entwicklung von Waren und Dienstleistungsmärkten, tut dies jedoch ausschließlich aus der Perspektive der Angebotsseite des Marktmechanismus. Das Geschehen auf der Nachfrageseite des Marktes bleibt außerhalb der Betrachtung.

Ich will diesem Mangel abhelfen, indem ich einige **Gedanken zur Rolle und Bedeutung von Verbrauchern und Verbraucherpolitik in einer globalisierten Wirtschaft** vortrage.

Die **Ausgangslage** ist klar:

Die demokratisch verfassten Nationalstaaten sind immer weniger in der Lage, öffentliche und gemeinwohlorientierte Interessen zu schützen. Dies gilt für den Schutz von Arbeitnehmerinteressen und den Erhalt von Arbeitsplätzen ebenso wie für den Schutz der Umwelt und die Erhaltung der Kulturlandschaft. Es gilt für den Schutz von Verbraucherrechten z.B. im elektronischen Handel sowie die Wahlfreiheit der Verbraucher über die Art und Weise seines Konsumverhaltens

angesichts zunehmender Marktkonzentrationen und mangelnder Transparenz des Waren- und Dienstleistungsangebots. Es gilt aber auch für den Schutz solcher Unternehmen, die den Appellen zu einer freiwilligen umwelt- und sozialverträglichen Produktion und Unternehmensführung Folge leisten, sich zu den derzeit so beliebten „freiwilligen Vereinbarungen“ und „Codes of Conduct“ bereit finden und dabei u. U. Gefahr laufen, angesichts damit verbundener höherer Kosten im weltweiten Wettbewerb den Kürzeren zu ziehen.

Ich kann z.B. die Zukunftssorgen der deutschen Landwirtschaft durchaus verstehen, die angesichts der begrüßenswerten Bemühungen von Frau Künast, im nationalen Alleingang die Tierhaltungsbedingungen in der deutschen Landwirtschaft zu verbessern, befürchten, dass z.B. unter tierquälerischen Bedingungen hergestellte billige Hühnereier, vermehrt auf dem deutschen Markt abgesetzt werden können. Ich kann auch die Sorgen der energieintensiven Industriezweige verstehen, die angesichts der Liberalisierung der Strommärkte und der Ungewissheit über die weltweite Entwicklung der Erdöl- und Erdgaspreise sowie von Verpflichtungen im Interesse des Klimaschutzes befürchten, dass ihre Investitionen in eine langfristig vorteilhafte Energieeffizienzstrategie, kurzfristig zu Nachteilen im internationalen Handel führen können.

Spätestens bei diesem Stand der Analyse wird von den Unternehmen und der Politik der Verbraucher entdeckt. Es heißt dann: **Die Nachfrage regelt das Angebot.** Der **Verbraucher** wird damit sehr schnell **zum Sündenbock** gestempelt, und es wird übersehen, dass auch die Nachfrageseite des Marktes keine „Gott gegebene Größe“ darstellt, sondern nicht nur durch die kommerzielle Werbung, sondern auch durch Politik aktiv beeinflusst und gestaltet werden kann

## **Die Botschaft : Im globalen Markt ist eine aktive, vorsorgende Verbraucherpolitik das Gebot der Stunde**

Eine **vorsorgende, aktive Verbraucherpolitik** muss darauf gerichtet sein, die Nachfrageseite des Marktes als eigenständige Kraft zu stärken mit dem Ziel, die zivile Kraft der Verbraucher zu einem Verbündeten gemeinwohlorientierter nationaler Ziele zu machen. Der Verbraucher kann durch den Kauf qualitativ nachhaltiger und ethisch hochwertiger Produkte besondere Leistungen der Anbieter hinsichtlich sozialer, umwelt-, tierschutz- und entwicklungspolitischer Ziele unterstützen. Beispiele aus der Vergangenheit zeigen, dass eine derartige Zielsetzung nicht illusionär ist. So konnte das Apartheidsregime in Südafrika nicht zuletzt durch einen Kaufboykott zum Umdenken bewegt werden. Die BSE-Krise hat die Verbraucher nicht nur aus Angst vor Gesundheitsschäden verunsichert, sie hat auch zu einer Sensibilisierung für die Produktionsmethoden in der Landwirtschaft und der Vorgänge in der gesamten Nahrungsmittelkette beigetragen. Ein weiteres Beispiel ist der Handel mit fair trade - Produkten, dessen Umsatz durch eine aktive politische Unterstützung in Deutschland mit Sicherheit erhöht werden könnte. Das gleiche könnte z.B. gelten für die Förderung der Nachfrage nach Produkten, die dem Erhalt von Arbeitsplätzen in Deutschland und Produkten mit besseren Umweltschutz- und Sozialstandards dienen.

Am **Beispiel der Agrarpolitik und Lebensmittelqualität** lässt sich das Gesagte illustrieren. Deutschland braucht auch in Zukunft eine unternehmerische Landwirtschaft. Ohne die Arbeit der Landwirte können weder die Vitalität der ländlichen Räume noch die Kulturlandschaften erhalten werden. Die Ausrichtung der landwirtschaftlichen Produktionsmethoden an Kostenkriterien des internationalen Wettbewerbs gefährdet ökologische Ziele und Werte wie den Tierschutz. Die geplante Agrarwende braucht deshalb den deutschen Verbraucher, der bei seiner Kaufentscheidung eine Lebensmittelqualität honoriert, die neben gesundheitlichen Aspekten auch Umwelt- und Tierschutzeigenschaften sowie Merkmale der kulturellen Identität einschließt.

## **Verbraucherpolitische Forderungen:**

Die Wahlfreiheit des Verbrauchers sowie der Einfluss von Repräsentanten der Verbraucherinteressen müssen gestärkt werden durch:

- eine Verbesserung der Ehrlichkeit und Aussagekraft von **Kennzeichnungen und Produktinformationen**. Dies gilt insbesondere für Fragen des ethisch verantwortlichen Konsums. Kennzeichnungen müssen vermehrt über die „inneren Werte“ von Waren und Dienstleistungen informieren. Beispiele sind Kriterien zum Tierschutz, zu ökologischen und sozialen Merkmalen von Waren sowie zum Investmentverhalten von Versicherungen, Pensionskassen und Fondsangeboten im Bereich der Finanzdienstleistungen.
- Die wirksame Ausgestaltung **rechtspolitischer Instrumente**, mit denen Falschinformationen wirksam sanktioniert und die staatliche Überwachung entlastet werden kann. Hierzu gehört eine grundlegende Reform des Wettbewerbsrechts und des Gesetzes gegen unlautere Werbung.
- **Die Nutzung ökonomischer Instrumente**, wie z. B. des Haftungs- und Schadensersatzrechtes, um das Eigeninteresse der Unternehmen an verbrauchergerechten Angeboten zu stärken.
- Die Verankerung von **Verbraucherrechten** sowie Sozial- und **Umweltstandards** im System der Welthandelsorganisation.
- Die Herstellung von **Chancengleichheit** der Anbieter- und Verbraucherinteressen im politischen Prozess und Marktgeschehen. Im Rahmen der Gremien der Selbstorganisation der Wirtschaft (z.B. ISO) sowie den Verhandlungen an „Runden Tischen“ sowie Gremien im nationalen, EU und internationalen Raum müssen Verbraucherexperten „auf gleicher Augenhöhe“ mit Vertretern der Wirtschaft verhandeln können

- Die Stärkung der **unabhängigen Verbraucherberatung und Verbraucherinformation** damit Verbraucher sich als kritische und verantwortliche Akteure am Markt bewegen und ihre lenkende Marktmacht einsetzen.

## Fazit

Ich habe deutlich gemacht, dass ich die **Grenzen staatlicher Politik** sehe, angesichts von Globalisierung und internationalem Wettbewerb die Angebotsseite des Marktes zu kontrollieren. Meine Antwort hierauf ist der Appell an die Politik, sich **stärker als bisher auf die Kräfte zu besinnen, die auf der Nachfrageseite des Marktes in den Dienst** der sozialen und ökologischen Ziele **der Marktwirtschaft** gestellt werden können.

Die **Verbraucherverbände** sehen sich **als intermediäre Kraft in einer doppelten Pflicht**. Sie vertreten die Interessen insbesondere der schwachen Verbraucher und werden sich immer für deren wirksamen Schutz einsetzen. Sie fühlen sich zugleich dem Gemeinwohl und einer Politik der **nachhaltigen Entwicklung** verpflichtet. In diesem Sinne sehen sie ihre Aufgabe auch darin, wirtschafts-, sozial- und umweltverträgliche Wirtschaftsweisen voranzubringen und für nachhaltige Konsummuster zu sorgen. Im Interesse individueller Verbraucherinteressen werden sie für eine Nutzung der Chancen der Globalisierung eintreten. Sie werden aber zugleich für eine aktive Verbraucherpolitik streiten und durch die Aufklärung der Verbraucher, Dämme gegen die nachteiligen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Wirkungen der Globalisierung aufbauen.